



Chronique de l'Observatoire Départemental du Tourisme
Agence de Développement Touristique des Pyrénées-Orientales
Catalyseur des énergies du Tourisme et des Loisirs

Au nom de la terre et de nos 4 saisons : pour un futur plus responsable

Changement climatique, bouleversement, l'adaptation de notre offre touristique est vitale. Penser 4 saisons n'est plus la bonne approche. Notre attention doit se porter sur nos 4 dimensions complémentaires, nos 4 espaces géographiques et se projeter en année touristique (sur 365 jours)

► **Comment rendre tout un territoire plus attractif, plus vertueux, plus ambitieux dans un contexte de changement climatique ?**

Si l'attractivité estivale de notre territoire n'est plus vraiment à démontrer tout comme celle de nos stations de ski sur des périodes plus courtes, il n'en reste pas moins vrai que « Dame Nature » est notre maîtresse à tous. Mère nourricière depuis toujours, elle subit de plus en plus le dérèglement du cycle des saisons... Nous sommes passés d'une certaine certitude climatique à une incertitude climatique (moins d'épisodes neigeux, des fontes de neige brutales, des étés chauds...). Le changement climatique aura des conséquences lourdes. Même, si notre géographie singulière montagne mer par son approvisionnement en eau venu des Pyrénées, atténuera de nombreux effets négatifs.

**4 AXES DE PROGRES AUTOUR DE NOTRE COMPLEMENTARITE ET NOTRE SINGULARITE TERRITORIALE NOUS SEMBLANT PERTINENTS
 VOIR INELUCTABLES SI NOUS VOULONS RELEVER LES DEFIS DE MUTATION A VENIR DE L'ECONOMIE DU TOURISME ET DES LOISIRS**

Le dérèglement climatique est une opportunité imposée. Il nous pousse à une réinvention des modèles existants vers des offres mieux adaptées aux spécificités environnementales et territoriales, vers une diversification du tourisme et des loisirs que notre géographie (tout sur de courtes distances) peut nous permettre.

L'enjeu est donc de définir une stratégie de territoire entre espaces différents, pour renforcer la durabilité de l'économie locale et l'emploi à l'année. Pour cela nous devons renforcer le maillage du territoire en replaçant le consommateur au cœur de la démarche, qu'il soit habitant du territoire, touriste, excursionniste ou même saisonnier. Enfin, ce travail sera un succès s'il est complété par la continuité des mobilités dans nos quatre dimensions, d'Est en Ouest, de la mer à la montagne.

4 axes de progrès :

- 1.** Priorité aux habitants et à l'économie circulaire. Ces deux priorités sont faisables, car la mise en place d'une politique autour des circuits de proximité tirant au mieux partie de notre lumière catalane, et de notre « tout sur de courtes distances » permet d'imaginer un monde nouveau. Plus sain et plus sobre en consommation d'énergie. Il séduira nos cibles de clientèle et incitera la venue de nouveaux habitants. Ce sont nos premiers hébergeurs touristiques et nos premiers prescripteurs.

2. Diversité et liens topographiques. En effet, plutôt que de se contenter à travailler sur des cartes de lieux, travaillons sur des cartes de liens : Par exemple, nous pourrions miser sur une signalisation directionnelle et promotionnelle tout en souhaitant la bienvenue. Concevoir des parcours entre espaces géographiques différents, anticipant et se jouant un peu mieux des aléas climatiques changeants et à venir... Tout en remettant l'humain au cœur de cette économie. Notre diversité est notre force. Mais l'humain est au cœur de tout. Lui seul peut nous faire sortir des sentiers connus...
3. Transports et déplacements : Continuer à promouvoir les modes de déplacements doux alternatifs au tout-voiture. En créant des aires de co-voiturage, en développant les mobilités touristiques douces (piétonnes, à vélo), la pratique du cyclo-tourisme, les balades en ville et dans les stations. En réinventant les balades le long de nos cours d'eau, l'itinérance douce, l'évasion, la déconnexion... Adossé aux enjeux de mobilité, la construction d'une offre touristique et de loisirs au sens large, homogène et cohérente, accessible et visible misant sur de nouveaux aménagements, prioritairement sur les hébergements dans tout le département répondant à cette nouvelle demande doit être planifiée. Mobilité et offre d'hébergement vont de pair. Des ateliers de réflexion doivent être créés avec les socio-professionnels.
4. Ouverture des commerces et des activités de loisirs différenciés (plus de nocturne l'été par exemple dans les sites, plus d'activités de neige que de skis...), qualité de l'accueil et des produits locaux en misant sur l'humain. Des propositions de visites des métiers et des savoir-faire se doivent d'être engagées et poursuivies. Des visites guidées doivent être remises au goût du jour avec comme notion, comme valeur, le partage d'expériences, la transmission de l'amour de son terroir, la lutte contre le gaspillage. Enfin, comment ne pas miser sur la lumière, nos couleurs comme l'ont su si bien le faire nos peintres ? Comment ne pas miser sur le soutien à une marque de produits « Pays Catalan », se reposant sur le local et notre identité forte et légitime ?

En conclusion, parce qu'à la base de toute stratégie il y a un positionnement avec à la clef souvent une marque de destination, Pyrénées-Méditerranée en Pays Catalan, La Quatrième Dimension anticipe ces turbulences, ces évolutions, cette transition. Autour de ces 4 atouts, de ces 4 notions que véhicule « la Quatrième Dimension », elle est force de proposition et sa stratégie marketing de contenus le concrétise. Cette appellation, ce positionnement nous situe géographiquement, nous situe historiquement et la stratégie qui en découle met en avant un territoire singulier, prêt à relever les prochaines mutations aussi bien environnementales que sociétales dans l'économie du tourisme et des loisirs du XXIème siècle.

Comment ? En co-construisant un nouveau modèle dans un département « Lumière » et en se focalisant sur la complémentarité et la complétude des offres entre la montagne, la campagne, la ville et la mer ; nominativement, en misant sur nos Pyrénées-Catalanes, notre campagne, Perpignan et notre côte Catalane. Mais surtout, grâce à un département indivisible qui porte une vision et une ambition, uni et fier de son héritage, de ses habitants et ouvert aux touristes

Nos 4 dimensions, ici et maintenant vous invitent.

Osez La Quatrième Dimension. Le dépaysement est tout autour de vous. Nul besoin d'aller ailleurs.

Pour toutes questions éventuelles ou suggestions de sujets contactez le [P'OBS](#)

Retrouvez nos publications sur notre site pro pro-tourismeadt66.com

